

Dammer, Karl-Heinz

## **Pädagogischer Thanatos. Über die Fallstricke der Werbung für den Lehrerberuf**

*Pädagogische Korrespondenz (2003) 30, S. 98-101*



**Quellenangabe/ Reference:**

Dammer, Karl-Heinz: Pädagogischer Thanatos. Über die Fallstricke der Werbung für den Lehrerberuf - In: Pädagogische Korrespondenz (2003) 30, S. 98-101 - URN: urn:nbn:de:0111-opus-81033 - DOI: 10.25656/01:8103

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-opus-81033>

<https://doi.org/10.25656/01:8103>

in Kooperation mit / in cooperation with:



<https://pk.budrich-journals.de>

### **Nutzungsbedingungen**

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### **Terms of use**

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

### **Kontakt / Contact:**

**peDOCS**

DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation

Informationszentrum (IZ) Bildung

E-Mail: [pedocs@diipf.de](mailto:pedocs@diipf.de)

Internet: [www.pedocs.de](http://www.pedocs.de)

Digitalisiert

Mitglied der

  
Leibniz-Gemeinschaft

---

INSTITUT FÜR PÄDAGOGIK UND GESELLSCHAFT

---

# PÄDAGOGISCHE KORRESPONDENZ

---

HEFT 30

FRÜHJAHR 2003

---

*Zeitschrift für  
kritische Zeitdiagnostik  
in Pädagogik und  
Gesellschaft*

---

BÜCHSE DER PANDORA

---

Die Zeitschrift wird herausgegeben vom  
Institut für Pädagogik und Gesellschaft e.V. Münster,  
in der BÜchse der Pandora Verlags-GmbH, Wetzlar

*Redaktionsadresse ist:*

Institut für Pädagogik und Gesellschaft e.V.  
Stolbergstr. 2, 48147 Münster, Tel. 0251/51747

*Schriftleitung:*

Gisela Blankertz	Dr. Sieglinde Jornitz
Potstiege 48	Leipzigerstr. 49
48161 Münster	60487 Frankfurt/Main

*Abonnements und Einzelbestellungen:*

Institut für Pädagogik und Gesellschaft e.V.  
Stolbergstr. 2, 48147 Münster, Telefon 0251/51747  
Der Jahresbezugspreis der *Pädagogischen Korrespondenz*  
beträgt im Inland für zwei Ausgaben 20,- EURO inkl. Versand.  
Das Einzelheft kostet im Inland 10,- EURO zzgl. 2,- EURO Versand.  
Bezugspreise Ausland jeweils zzgl. gewünschtem Versandweg.

**Copyright:**

© 2003 für alle Beiträge soweit nicht anders vermerkt sowie für  
den Titel beim Institut für Pädagogik und Gesellschaft, Münster.  
Originalausgabe. Alle Rechte vorbehalten.  
ISBN 3-88178-140-0  
ISSN 0933-6389

*Anzeigen und Buchhandelsvertrieb:*

BÜchse der Pandora Verlags-GmbH, 35538 Wetzlar, Postfach 2820

*Einband und Ausstattung:* Peter Großhaus, Wetzlar

*Gesamtherstellung:* Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar

**Aktuelles Thema**

- 5 *Stefan Blankertz*  
Unternehmen Schule?  
Überlegungen zu einer Theorie der Folgeabschätzung  
marktlicher Schulstrukturreformen

**Kältestudie I**

- 24 *Andreas Gruschka*  
Mit Regelverletzungen umgehen -  
Was dabei gelernt werden kann und muss

**Kältestudie II**

- 43 *Rainer Pagel*  
Psychiatrische Pillen statt Pädagogik  
Kritische Anmerkungen zur ADHS-Diagnose und  
der damit verbundenen Verabreichung von Ritalin®

**Der Reformvorschlag**

- 54 *Ulrich Oevermann*  
Brauchen wir heute noch eine gesetzliche Schulpflicht  
und welches wären die Vorzüge ihrer Abschaffung?

**Diskussion I**

- 71 *Andreas Gruschka*  
Von der Kritik zur Konstruktion ist oft nur ein Schritt: der der Negation

**Diskussion II**

- 80 *Stefan Blankertz*  
Professionalisierung oder Standesinteressen?

**Didaktikum**

- 85 *Sieglinde Jorntz*  
erschließen - abschließen - ausschließen  
Gestaltschließungszwang im Seminar oder: Chardin, die Dritte

**Marktforschung**

- 98 *Karl-Heinz Dammer*  
Pädagogischer Thanatos  
Ober die Fallstricke der Werbung für den Lehrerberuf

**Dokumentation**

- 102 Erziehung: Überwiegend dilettantisch

*Karl-Heinz Dammer*

## Pädagogischer Thanatos Über die Fallstricke der Werbung für den Lehrerberuf

Der Schweinezyklus bringt es mit sich, dass regelmäßig eine neue Sau durchs Dorf jagt, deren Auftreten mangels hinreichender Unterscheidbarkeit von der Vorgängerin auf die Dauer jedoch kaum mehr Interesse wecken kann. So auch bei den alternierenden Warn- und Lockrufen, die seit dem 19. Jahrhundert den Lehrerberuf begleiten. Noch zu Ende ihrer Schulzeit konnten die heute fertig ausgebildeten und händeringend gesuchten Referendare beobachten, dass manche ihrer Vorgänger mit unpassender Fächerkombination nicht einmal zum Stellenvergabeverfahren zugelassen wurden, da ihre Bewerbung keinerlei Chance auf Erfolg gehabt hätte, und dass auch diejenigen, die sich bewerben durften, häufig keine Anstellung fanden und in andere Berufsbereiche wechseln mussten. Folgerichtig sank danach die Zahl der Lehramtsstudierenden und heute gilt, jüngsten Umfragen zufolge, der Lehrerberuf für 70% der Jugendlichen als unattraktiv. So herrscht gegenwärtig in vielen Fächern und an manchen Schulformen ein mit dem jetzigen Bewerberpotenzial nicht mehr zu bewältigender Mangel, der den Prognosen zufolge in den nächsten Jahren noch zunehmen wird.

Zeit zu handeln also, aber wie, wenn die allgegenwärtigen Alarmrufe in den Medien keinen erkennbaren Stimmungswandel hervorrufen? Diese Frage bedrängte das nordrhein-westfälische Ministerium für Bildung und Wissenschaft offenkundig so sehr, dass es nach neuen Methoden suchte, um auf das Problem aufmerksam zu machen. Nachdem sie der selbstverschuldeten Abwanderung der bestqualifizierten Junglehrer nach Hessen hilflos zusehen musste, entschloss sich die Ministerin nach einigem Widerstreben, die Sau so zu drapieren, dass die Dorfbewohner aus ihrer Gleichgültigkeit aufgeschreckt würden: Sie startete erstmals in der Geschichte eine bei Profis in Auftrag gegebene Werbekampagne für den Lehrerberuf in NRW, deren Kosten von 1,8 Millionen Mark zur Hälfte von privaten Sponsoren getragen wurden.

Bei dieser vom Radio bis zum Internet reichenden Kampagne ging es offenkundig nicht nur um die Behebung des Arbeitskräftemangels, sondern auch um eine Verbesserung des traditionell negativen Lehrer-Images. Den Lehrern wurde attestiert, dass sie einen »anspruchsvollen und gesellschaftlich wertvollen Beruf« ausübten, für den die Ministerin »guten Gewissens« werben könne. So stand denn auch die Kampagne unter dem Motto: »Lehrer. Mehr als nur ein Job«. Als Begründung war auf den Plakaten zu lesen: »Täglich beweisen Lehrerinnen und Lehrer Kompetenz und Verantwortung. Wer unseren Kindern die immer komplizierter werdende Welt erklären will, braucht umfangreiches Fachwissen und pädagogisches Gespür«.

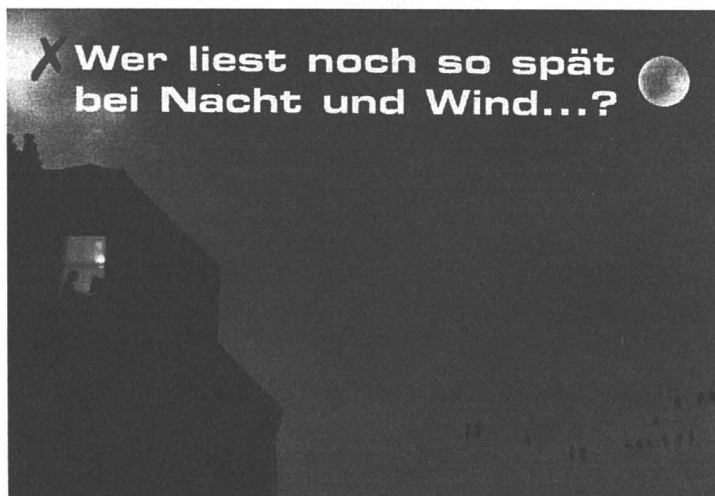
Der Slogan erscheint gut gewählt, stellt er doch den Lehrer als einen im Sinne des amerikanischen Begriffs *professional* dar. Die *profession* bezeichnet im Gegensatz zu dem in seinem Qualifikationsniveau nicht näher bestimmten, häufig nur zeitweise ausgeübten job Berufsbilder, die auf akademischer Ausbildung, meist freier Berufsausübung, hochqualifiziertem und selbstverantwortlich eingesetztem Expertenwissen, Klientenbezug sowie hohem Berufsethos beruhen und daher mit großem Sozialprestige und meist gutem Einkommen verbunden sind. Die Kampagne verschafft damit Klarheit in der bis heute professionstheoretisch strittigen Frage, ob oder inwieweit der Lehrer als *professional* zu bezeichnen ist. Bei der Frage geht es allerdings weniger um das theoretische als um das soziale Klassifikationsproblem der »gesellschaftlich nicht ganz Vollgenommenen«, die ihre geborgte »Macht nur parodieren« und gegen das tradierte Image des Sklaven, Hofmeisters und Unteroffiziers zu kämpfen haben, so Adorno 1965 in seinem Vortrag *Tabus über dem Lehrberuf*.

Mögen sich die Inhalte dieses Klischees auch zum Hedonistischen hin gewandelt haben (»faule Säcke«, »bestbezahlter Halbtagsjob mit den meisten Ferien«), negativ sind sie, auch jüngsten Umfragen zufolge, geblieben. Ob die in eindeutiger Absicht und mit ostentativem Medienaufwand vorgenommene Bekräftigung des Gegenteils daran viel ändern kann, sei dahingestellt, in jedem Fall war es gut gemeint. Vorwerfen kann man den Schöpfern des Slogans lediglich ihr Plagiat, denn bereits Ende der siebziger Jahre warb die ehemalige Schule der Nation unter dem Motto: »Bundeswehr. Mehr als ein Job« um künftige Zeit- oder Berufssoldaten. Dass *die* Schule, deren Pädagogik eher dem Thanatos als dem Eros verpflichtet ist, zum Marketing-Paten für das ansonsten sehr menschelnde »Haus des Lernens« wird, mag denn doch das Brecht-Wort bestätigen, demzufolge gut gemeint das Gegenteil von gut ist.

Auf Plakaten trat die Kampagne mit unterschiedlichen Bildmotiven auf, die ebenfalls Grübeln darüber auslösen können, für wie unabdingbar professionelle Lehrer wirklich gehalten werden. Auf einem Bild mit der sicher rhetorisch gemeinten Frage »Wer zeigt unseren Kindern den Link in die Zukunft?« beispielsweise sehen wir zwei Jungen im Grundschulalter, die mit fasziniertem Interesse auf den Bildschirm eines Laptops blicken und voller Spannung erwarten, was der gerade ausgeführte Tastendruck wohl bewirken wird. Weit und breit ist keine unterstützende oder wenigstens beobachtende Lehrperson zu sehen, was in Verbindung mit der Frage als die subtile Pointe dieses Bildes gedacht sein dürfte. Angesichts der Minen der beiden Kinder, in denen keinerlei Ratlosigkeit, Desorientierung oder Angst zu erkennen ist, sondern nur schlichte Neugier, könnte der Betrachter allerdings geneigt sein, sich zu fragen, welcher Unterstützung diese beiden Kinder bedürften, es sei denn der von jeher fragwürdigen, die Neugier in die gewünschten Bahnen zu kanalisieren beabsichtigten.

Nicht minder ambivalent ist ein zweites Bild, auf dem zwei nebeneinander schlafende Neugeborene in ihren Krankenhausbettchen zu sehen sind. Auch hier scheinen Kompetenz und Verantwortung von Lehrern gefragt, denn wer sonst »erklärt unseren Kindern, woher die Kinder kommen«? Ohne den Sinn schulischen Aufklärungsunterrichts grundsätzlich in Zweifel ziehen zu wollen, provoziert diese Frage doch die Gegenfrage, wie viele Schülerinnen und Schüler es sein mögen, die erstmals in der Schule etwas über diese grundlegenden biologischen Sachverhalte erfahren. So erscheint auch hier die Notwendigkeit des Lehrers zumindest als eine relative.

Im Gegensatz zu diesen beiden Beispielen erscheint die Botschaft des in der Kampagne am häufigsten verwendeten Bildes auf den ersten Blick eindeutig zu sein. Hier geht es nicht um die pädagogische Unabdingbarkeit des Lehrers, sondern um seinen von der Öffentlichkeit verkannten Arbeitseinsatz. Das Bild wird dominiert von einem Nachthimmel, dessen dunkelblaue Fläche drei Elemente auflockern: Am unteren Bildrand einige Vögel, die sich auf Stromleitungen niedergelassen haben, und in den beiden oberen Ecken links ein heller Wolkenfetzen und rechts der Vollmond. Dieser wurde anscheinend in das Bild hineinmontiert, denn als einzige erkennbare Lichtquelle für die auffallend helle Wolke müsste er sich auf der anderen Seite des Bildes befinden. Der Kunstgriff sorgt aber dafür, dass das Bild optisch ausgewogen wirkt und der isolierte Vollmond – wie wir noch sehen werden, nicht ohne Hintergedanken – zum Blickfang wird. Es entsteht der Eindruck einer gemeinhin als romantisch bezeichneten Standardsituation, die Unheimliches, Geheimnisvolles evozieren mag, zumindest aber, selbst von nüchterneren Gemütern, mit schlafloser Unruhe assoziiert werden kann. Diese scheint auch die einzige auf dem Bild zu sehende Person umzutreiben, einen Mann, der hinter dem erleuchteten Fenster eines ansonsten nur als Silhouette erkennbaren mehrgeschossigen Mietshauses sitzt. Obwohl lediglich ein kleiner Ausschnitt des Hauses gezeigt wird, entsteht der Eindruck, der Mann sei der einzige, der in dieser Nacht noch wach ist, und zwar anscheinend weniger, weil ihm der Vollmond zu schaffen macht, sondern weil er noch arbeiten muss, denn vor ihm ist deutlich der Bildschirm eines Computers zu erkennen. Sehr einkömmlich scheint die Tätigkeit des Unermüdlichen indes nicht zu sein, denn er bewohnt nicht die einem solchen Leistungsträger eigentlich zustehende Beletage des Hauses, sondern lediglich die Dachgeschosswohnung, die in der Klassengesellschaft des 19. und beginnenden 20. Jahrhunderts dem Gesinde vorbehalten war, womit wir wieder bei den Sklaven wären. Um wen es sich tatsächlich handelt, ahnen wir bereits: um einen Lehrer, der gegen sein traditionelles Image aufgebeht und mit einem gewissen Hang zum Masochismus mehr als einen Job macht.



Auch die mit diesem Werbebild in Aussicht gestellte unkündbare Nachtarbeit bei mäßigem Salär erscheint wenig geeignet, Studierwillige von den künftigen Segnungen des Lehramtes zu überzeugen. Was jedoch die Bildungsökonomie nicht schafft, wird durch seelische Gratifikationen mehr als ausgeglichen, denn nicht nur wirkt der Lehrer durch diese Inszenierung seiner Arbeit als Aufklärer *par excellence*, der sein einsames Licht in die Düsternis scheinen lässt, sondern er wird auch durch eine rhetorische Frage, die, wie wir sahen, zur Grundstruktur der Kampagne gehört, in eine pädagogische Urszene versetzt, die seinen Opferphantasien eine schier grenzenlose Projektionsfläche bietet, geht es doch um Sein oder Nichtsein. Die Frage lautet hier: »Wer liest noch so spät bei Nacht und Wind ...?«

Nach Ulrich Greiners Diagnose des Kanonverlusts (vgl. PÄK 22) und Dietrich Schwanitz' Invektive gegen die von einer bildungsfeigen Lehrerschaft traditionsblind gemachte Jugend können wir nicht mehr sicher sein, ob dieser subtile Hinweis seine Adressaten erreicht, wer aber die gute alte Halbbildung genossen hat (hier Untertertia: Balladen), erkennt auch hinter der leichten Veränderung unschwer den ersten Vers von Goethes Gedicht »Erlkönig«, dessen Stimmung mit der hier konstruierten Szenerie harmoniert. Der bereits hinlänglich als aufopferungsfreudiger Aufklärer gekennzeichnete Lehrer kann sich ohne Mühe zusätzlich in die Rolle des nicht minder heroischen Vaters dieser dramatischen Ballade versetzen, der nicht nur gegen Wind und Wetter zu kämpfen hat, sondern auch gegen die Angstphantasien seines vom Fieberwahn befallenen Kindes, das er in das rettende Schloss bringen will. Allerdings ist sein Versuch, das Realitätsprinzip gegen die vom Kind imaginierten Sirenenrufe des Erlkönigs stark zu machen, vergeblich: Die gierige Phantasiegestalt bemächtigt sich des kranken Kindes: »Ich liebe dich, mich reizt deine schöne Gestalt, / Und bist du nicht willig, so brauch ich Gewalt«. Als der Vater den Hof »mit Mühe und Not« erreicht hat, ist das Kind in seinen Armen bekanntlich tot.

Deutet man die literarische Anspielung im Zusammenhang mit dem adaptierten Bundeswehr-Slogan, so erscheint die Nähe von pädagogischem Eros und Thanatos als ein untergründiges Motiv der Werbung und damit die Absurdität des Lehrerberufs als ihre verborgene Botschaft. Wenn aber der Lehrer seine Zöglinge weder vor bösen Mächten bewahren noch – wie auf den anderen beiden Bildern – ihren Bildungsprozess entscheidend beeinflussen kann, wäre die Bildungsministerin mit einer anderen Halbbildungsnummer besser und preiswerter beraten gewesen, einer schlichten Adaptation aus Camus' *Der Mythos von Sisyphe*, bei der nur die Hauptperson ausgetauscht werden müsste: »Man muss sich den Studienrat als einen glücklichen Menschen vorstellen«. Das hätte dann wenigstens ein paar Hedonisten in die Studienseminare gelockt.